

Der Open-Access-Publikationsserver der ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
The Open Access Publication Server of the ZBW – Leibniz Information Centre for Economics

Schmidtchen, Dieter

Working Paper

Kirche, Geld und Seelenheil

CSLE Discussion Paper, No. 97-12

Provided in cooperation with:
Universität des Saarlandes (UdS)

Suggested citation: Schmidtchen, Dieter (1997) : Kirche, Geld und Seelenheil, CSLE Discussion Paper, No. 97-12, <http://hdl.handle.net/10419/23098>

Nutzungsbedingungen:

Die ZBW räumt Ihnen als Nutzerin/Nutzer das unentgeltliche, räumlich unbeschränkte und zeitlich auf die Dauer des Schutzrechts beschränkte einfache Recht ein, das ausgewählte Werk im Rahmen der unter

→ <http://www.econstor.eu/dspace/Nutzungsbedingungen>
nachzulesenden vollständigen Nutzungsbedingungen zu vervielfältigen, mit denen die Nutzerin/der Nutzer sich durch die erste Nutzung einverstanden erklärt.

Terms of use:

The ZBW grants you, the user, the non-exclusive right to use the selected work free of charge, territorially unrestricted and within the time limit of the term of the property rights according to the terms specified at

→ <http://www.econstor.eu/dspace/Nutzungsbedingungen>
By the first use of the selected work the user agrees and declares to comply with these terms of use.

Kirche, Geld und Seelenheil

von Dieter Schmidtchen

Center for the Study of Law and Economics
Diskussionspapier 9712

Die beiden großen Kirchen in Deutschland befinden sich seit einiger Zeit in der Defensive: Ihnen laufen die Kunden weg. Gewiß, es sind immer noch rund zwei Drittel der Deutschen kirchlich organisiert, aber viele haben sich in eine Art innerer Emigration begeben. Der Besuch der Gottesdienste geht zurück; die Bindungen der Nochverbliebenen an die Kirche werden lockerer. Man beklagt einen schleichenden Reputationsverlust.

Über die Ursachen der religiösen und kirchlichen Entwicklungen, über die Gefahren und möglichen Gegenmittel haben sich viele den Kopf zerbrochen. Merkwürdigerweise hat man sich bisher nicht dafür interessiert, was die Ökonomie an Diagnosen und Therapien offeriert. Dabei gibt es eine Seelenverwandtschaft zwischen Religion und Ökonomie: beiden geht es um das Glück der Menschen. Zugegeben, der Ökonomie mehr um das diesseitige. Da sich aber kaum bestreiten läßt, daß auch das durch den Glauben gestiftete Glück in Form von Erbauung, Trost und Hilfe im Diesseits empfunden wird, reklamiert die moderne Ökonomie Zuständigkeit auch in Religionsfragen.

Anthropologische Studien belegen, daß der Mensch seit jeher ein Bedürfnis hat zu erfahren, woher er stammt, wozu er da ist und wohin er geht. Kurz: er will den Sinn seiner Existenz erfahren. Religionen geben Antworten auf die Sinnfrage und stellen Verhaltensprogramme auf. Gläubige Menschen sind willens, für die Bereitstellung religiöser Dienstleistungen einen Preis zu zahlen, wenn letztere nützlich und knapp sind. Von Gütern wie Äpfeln oder Schokolade, für die auch Preise gezahlt werden, unterscheiden sich Religionen dadurch, daß sie Weltdeutungen liefern. So wie ein Naturwissenschaftler die Welt naturwissenschaftlich deutet und der Ökonom ökonomisch, etwa indem er das

Verhalten von Menschen auf Nutzenmaximierung zurückführt, so deuten Religionen die Welt religiös. Im Unterschied zur Wissenschaft benötigen die Sinnfrage beantwortende Weltdeutungen eine Verankerung im Transzendentalen. Übernatürliche Kräfte wie beispielsweise Gott spielen deshalb eine zentrale Rolle. Ohne diese und ohne den Glauben an solche übernatürlichen Kräfte sind religiöse Weltdeutungen nutzlos. Dies zeigt, daß der von kirchlicher Seite - etwa gegen Sekten - gerichtete Vorwurf, ihr religiöses Programm sei unsinnig, das Wesen allen Religiösen verkennt. Wenn man allein Glaubenssystemen, die keinen dem erfahrungswissenschaftlich kritischen Geist unsinnig erscheinende Sätze enthält, das Prädikat religiös zugestehen würde, dann hätte dies ganz gewiß Folgen, die manchem (religiösen) Anhänger dieser These Schwierigkeiten bereiten würde.

Betrachtet man das religiöse und kirchliche Geschehen durch die ökonomische Brille, dann muß man religiöse Aktivitäten zunächst einmal als Rationalverhalten interpretieren und Kirchen als Unternehmen betrachten, die im religiösen Markt die zum Erhalt der Organisation notwendigen Ressourcen verdienen müssen. Wenn die Nachfrage nach religiösen Leistungen zurückgeht und schleichender Reputationsverlust beklagt wird, dann würde der Ökonom die Ursache dafür beim Kirchenmanagement suchen. Irgend etwas muß falsch gemacht worden sein: Entweder wurde an den Bedürfnissen der Kunden vorbei produziert, was man sich im allgemeinen nur erlauben kann, wenn der Markt keinen funktionsfähigen Wettbewerb aufweist. Oder man hat sich mit Mächten verbündet, die der Attraktivität und Glaubwürdigkeit des eigenen Produktes auf Dauer nicht zuträglich wären, wie etwa der Staat. Wer sich in seinem Leistungsangebot von dem des Staates kaum noch unterscheidet - auch weil er auf Steuereinnahmen vertraut und die Annehmlichkeiten des öffentlichen Dienstrechts genießt -, wer sich als ein Interessenverband unter vielen - allerdings mit gewissen historisch bedingten Privilegien - versteht, wer Glauben zu einer öffentlichen Angelegenheit macht, der darf sich über Reputationsverlust nicht wundern. Im übrigen besteht die Gefahr, daß in einer Sozialversorgungsanstalt Kirche die Produktion des Produktes leidet, das die Kirche und nur die Kirche anbieten kann.

Der homo religiosus als homo oeconomicus

Am Beginn der modernen ökonomischen Analyse der Religion steht ein Modell, in dem religiöse Aktivitäten wie etwa Kirchenbesuche und Spenden durch den Glauben an ein Leben nach dem Tod ausgelöst werden. Vom Umfang dieser Aktivitäten hängt die Höhe des erwarteten Konsums in einem Leben nach dem Tod ab. Da die für religiöse Aktivitäten aufgewendete Zeit zu Lasten der Einkommenserzielung und damit des Konsums von irdischen Gütern geht - gleiches gilt für Spenden -, ist Vorsorge für ein Leben nach dem Tode nicht kostenlos. Der Gläubige maximiert seinen Nutzen, wenn er irdischen Konsum solange in Vorsorgeaufwendungen umwandelt, wie der zusätzliche Nutzen jenseitigen Konsums über dem des irdischen Konsums liegt. Dabei wird unterstellt, daß der Nutzen jenseitigen Konsums nur ein im Diesseits empfundener Nutzen sein kann. Jenseits und Konsum im Jenseits sind Vorstellungen im Kopf eines lebenden Menschen. Wenn er an transzendente Dinge glaubt, d. h. mit einer (subjektiven) Wahrscheinlichkeit von größer Null die Existenz eines Jenseits für wahr hält, dann formen sie sein Bild von der Wirklichkeit. Diese „innere“ Wirklichkeit ist für Gläubige nicht weniger real und wirkungskräftig als die wissenschaftlich erklärbare „Wirklichkeit außerhalb“, und sie steuert sein irdisches Handeln.

Das ökonomische Grundmodell der Religiosität erinnert an Pascals berühmte Wette. Jener hatte gefragt, welche der zwei Handlungsalternativen „gottgefälliges Leben auf Erden“ und „Leben in Saus und Braus“ rationalerweise gewählt werden sollte. Unterstellt man eine Eintrittswahrscheinlichkeit für den Zustand „Gott existiert und damit Himmel und Hölle“ von größer Null und bewertet man die ewige Verdammnis in der Hölle mit „minus unendlich“, dann ergibt ein schlichter Erwartungsnutzenkalkül, daß es rational ist, gottgefällig zu leben. Wie das Beispiel zeigt, läßt sich Glaube exakt messen, nämlich durch die (subjektive) Wahrscheinlichkeit, mit der man die Existenz von Gott für wahr hält. Die entscheidende Frage bleibt dabei aber immer noch offen: Ist es rational, an Gott zu glauben, das heißt, dem Zustand „Gott existiert und damit Himmel und Hölle“ eine Wahrscheinlichkeit von größer Null zuzuordnen? Pascals Wette gibt darauf keine Antwort, denn bei ihr ist das bereits vorausgesetzt, was als Ergebnis erst abgeleitet werden soll.

Man hört bereits den Einwand: Kann man denn überhaupt solch heilige Dinge wie Glauben und Religion ins eiskalte Licht ökonomischer Rationalität rücken und den homo religiosus zu einem homo oeconomicus degradieren? Man kann: Erstens hört man immer wieder, daß Menschen die Kirche verlassen, obwohl sie glauben und das religiöse Verhaltensprogramm akzeptieren. Hinter der Austrittsentscheidung steht offensichtlich ein ökonomischer Rationalkalkül. Zweitens liefert die historische Erfahrung eine Fülle von Beispielen, die die Rationalitätsannahme sowohl für Gläubige wie für die Funktionäre im Verbandsbetrieb (z. B. vom Papst über die Bischöfe bis hinab zu den Priestern) als zulässig belegen. Man denke nur an Papst Paul III., der uns nicht nur den Nepotismus schenkte, sondern auch als Auslöser und Organisator des Trienter Konzils in die Geschichte eingegangen ist. Im übrigen ist eine Zielsetzung wie etwa die der Einkommensmaximierung religiöser Organisationen per se nicht anrühlich. Derjenige, der von dem Wunsch umgetrieben wird, sein Einkommen den Armen zu schenken, sollte darauf bedacht sein, sein Einkommen möglichst groß zu machen. Auch wer Nutzen (geistige Befriedigung) daraus zieht, seine Arbeitskraft dem Wohl von Kranken zu widmen, maximiert mit der Maximierung dieser Hilfe seinen Nutzen. Es wird häufig übersehen, daß Nutzenmaximierung als Handlungsmaxime sich mit allen möglichen konkreten Zielen verträgt. Aus wissenschaftlicher wie aus praktischer Sicht kommt es schließlich auf die Erklärungsleistung des ökonomischen Ansatzes an - und zwar relativ zu denen anderer Wissenschaften.

So läßt sich mit Rückgriff auf das eben skizzierte ökonomische Modell zeigen, daß die für religiöse Aktivitäten aufgewendete Zeit mit steigendem Lohnsatz zurückgeht. Das Modell sagt daher voraus, daß sich Frauen stärker religiös engagieren als Männer, und daß ältere Menschen mehr Zeit auf religiöse Aktivitäten verwenden als jüngere. Unter Verwendung der Idee des „religiösen Humankapitals“, das durch Befolgen der Regeln eines religiösen Verhaltensprogramms über einen Erfahrungsprozeß akkumuliert wird und das den Grad der Bindung an eine Religion erfaßt, läßt sich darüber hinaus voraussagen, daß mit steigendem religiösem Humankapital die Wahrscheinlichkeit des Wechsels der Religionszugehörigkeit ab- und die Wahrscheinlichkeit zwischenreligiöser Heiraten zunimmt. Auch wird man in jungen Jahren

konvertieren, weil da das religiöse Kapital noch nicht so groß ist. Die genannten Voraussagen konnten empirisch bestätigt werden.

Empirische Untersuchungen zeigen unzweifelhaft, daß die Mitglieder bestimmter Religionen (etwa die Juden in Amerika) signifikant höhere Einkommen als der Durchschnitt erzielen. Religion beeinflusst nicht nur das Sparverhalten, sondern auch die Berufswahl und das Niveau der Ausbildung. Darüber hinaus werden unzählige andere nicht-marktliche, aber indirekt doch ökonomisch relevante Verhaltensmuster religiös geprägt. Genannt seien das Wahlverhalten, die Kinderzahl durch religiös bedingte Geburtenkontrolle, Scheidung, kriminelle Aktivitäten und der Drogen- und Alkoholkonsum. Auch die Spezialisierung und Arbeitsteilung zwischen Ehepartnern wird religiös beeinflusst, weil von der Religion die erwartete Dauer der ehelichen Bindung abhängt.

Die mit Hilfe ökonomischer Modelle religiösen Handelns gewonnenen Einsichten sind nicht nur von wissenschaftlichem Interesse, sondern sie können wichtige Informationen für ein effizientes Kirchenmanagement liefern.

Beispielsweise unterscheiden Ökonomen drei Motive für die Mitgliedschaft in einer Kirche und die Teilnahme an religiösen Aktivitäten: das Konsummotiv, das sich auf den Unterhaltungswert von Zeremonien bezieht; das Heilmotiv, das auf die Erlösung von den Sünden gerichtet ist; und das Reputationsmotiv. Letzteres ist auf die Erhöhung des eigenen wirtschaftlichen Erfolgs gerichtet. Wer die Akzeptanz eines religiösen Verhaltensprogramms durch Mitgliedschaft in einer Organisation signalisiert, wird für seine Vertragspartner vertrauenswürdiger und er erhöht damit seinen wirtschaftlichen Erfolg. Auch eine Mitgliedschaft aus Furcht vor sozialer Ächtung gründet im Reputationsmotiv.

Die Bedeutung dieser Motive für die Mitgliedschaft in Kirchen wird durch die empirische Sozialforschung belegt. Nach einer Untersuchung des Instituts für Demoskopie Allensbach können die Kirchen „künftig immer weniger darauf bauen, daß die Konfessionsgemeinschaften durch gesellschaftliche Normen stabilisiert werden, die die Kirchenmitgliedschaft als sozial erwünscht vorschreiben.“ Das bedeutet im ökonomischen Klartext: Das Reputationsmotiv verliert in Massenkirchen an Bedeutung. Wo jedermann Mitglied ist, besagt Mitgliedschaft wenig, und der Austritt aus der Kirche ist mit nur geringen Reputationsverlusten verbunden.

Der Wert einer Kirchenmitgliedschaft wird der Untersuchung zufolge in erster Linie in der Möglichkeit gesehen, Feiern einen würdigen Rahmen zu geben. Das Konsummotiv spielt also eine große Rolle. Dazu zählt auch der Wunsch, einer Gemeinschaft anzugehören. Nach der genannten Untersuchung wird jedoch nur 34 Prozent der Katholiken und 28 Prozent der Protestanten dieses Gefühl vermittelt. Offensichtlich stoßen die Sekten in die vorhandene Lücke. Ein Blick auf das Leistungsangebot amerikanischer Kirchen zeigt, daß diese insofern ihre Lektionen gelernt haben.

Die Kirchen waren schon immer Mehrproduktunternehmen (Konglomerate). Während früher das religiöse Gut, die Heilsverkündigung, im Vordergrund stand - ein Gut, das nur Religionsgemeinschaften anbieten können -, hat in den letzten Jahren eine Expansion der Bereiche stattgefunden, in denen die Kirche möglicherweise keine komparativen Vorteile besitzt. Sie tut dort das, was andere auch können. Als „Humanitätskonzerne“ begleiten sie die staatliche Sozialpolitik. Das Heilsmotiv kommt dabei offensichtlich unter die Räder. So berichtet das Institut von Allensbach: „Nur 39 Prozent der Bevölkerung haben den Eindruck, daß sich die Kirchen der Verkündigung widmen, für den Glauben werben; der katholischen Kirche wird dieses Engagement weitaus stärker zugeschrieben als der protestantischen.“ Zu den Gründen für die Vernachlässigung der eigentlichen, der religiösen, Aufgabe liest man in der Untersuchung des Instituts von Allensbach folgendes: „Die Bedeutung der Kirchen als religiöse Heimat hat sich reziprok zu ihrer Übernahme gesellschaftlicher, politischer und karitativer Aufgaben entwickelt.“ Unternehmensberater würden diesen Befund knapp so zusammenfassen: das Unternehmensprofil ist unscharf geworden. Um die Kirchenaustritte zu stoppen und die Bindung an die Kirche zu erhöhen, wäre den Kirchen aus ökonomischer Sicht das anzuraten, was die Konglomerate in den 80er Jahren getan haben: ihre Produktpalette auf die Kernbereiche zu beschränken, in denen sie überragende Kompetenz besitzen. Wenn viele Menschen in den Kirchen vornehmlich religiöse Dienstleistungsunternehmen sehen zur Begleitung wichtiger Lebensereignisse, wie Geburt, Ehe, Tod, also einen Anbieter von Antworten auf letzte Fragen (Sinndeutung), dann sollte die Kirche sich diesem Wunsch nicht verschließen, sondern im Gegenteil auf den Bedarf ihrer Kunden mit spezifischen Leistungsangeboten reagieren. Viele Kirchenmänner verweigern sich nachhaltig dieser Einsicht, was Rückschlüsse auf die Effizienz

innerkirchlicher Willensbildung zuläßt. Im übrigen können es sich im allgemeinen nur staatlich abgestützte Monopole erlauben, dauerhaft die wichtigsten Wünsche ihrer Kundschaft zu negieren.

Knappheit im Himmel

Im Internet lief vor kurzem eine interessante Diskussion über „Economics of Religion“. Ein Teilnehmer fragte: „In religions where the personal tie to the Deity is all-important, where everything can be found in a single book, why is there a need for a church, for fellow-congregants?“ In der Tat: Wenn man an das Heilmotiv denkt, hat man auf den ersten Blick Schwierigkeiten, die Existenz einer Kirche zu erklären, es sei denn man argumentiert wie die katholische Kirche, daß Gott sie eingesetzt habe. Die Befriedigung des Konsummotivs und des Reputationsmotivs dagegen setzt eine Gemeinschaft voraus. Mitgliedschaft in einer Gruppe dient auch der Selbstbindung: In der Gemeinschaft widersteht man eher Anfechtungen aller Art. Außerdem treten positive Netzwerkeffekte in einer Gemeinschaft auf: Das beobachtete Verhalten anderer steigert den eigenen Nutzen. Man denke an das gemeinsame Glaubensbekenntnis oder an das Singen in der Kirche. Auch waren frühere Generationen nicht in der Lage, die Bibel zu lesen, und der Umstand, daß alles in einem Buch steht, mag eher ein Problem erzeugt, als eine Lösung geliefert haben.

Die Existenz von Kirchen wird man befriedigend allerdings nur erklären können, wenn man die Agenten Gottes auf Erden in die Betrachtung einbezieht. Für diese fällt kein Manna vom Himmel. Sie mußten sich und müssen sich bis auf den heutigen Tag ihren Lebensunterhalt verdienen. Dafür muß man üblicherweise seinen Mitmenschen eine Leistung anbieten, die diese als nützlich erachten und die knapp ist. Theologen nennen diese Leistung Verkündigung des Heils oder Erlösung in einem Leben nach dem Tod. Woran die Gläubigen aber letztlich interessiert sind, ist nicht die Verkündigung, sondern das Heil selbst. Üblicherweise wird diese Leistung durch die Idee des Platzes im Himmel versinnbildlicht. Für den Gläubigen ist ein solcher Platz nützlich. Aber wieso sollten Himmelsplätze knapp sein? Aus der Natur der Sache heraus gibt es keine Kapazitätsprobleme; aber gleichwohl gibt es Zugangsschranken. Es sind

Menschen, die unter Berufung auf die Bibel - bildlich gesprochen - als Mittler Eintrittskarten für den Himmel verkaufen.

Dies ist aus der Geschichte wohlbekannt. Erwähnt sei die katholische Kirche, die sich zum alleinigen Mittler erklärt hat, ohne dessen Dienste niemand zum Vater kommen könne.

Erst das II. Vatikanische Konzil, das von 1962 - 1965 mit Unterbrechungen tagte, proklamierte den Grundsatz der Religionsfreiheit (Gewissensfreiheit, Möglichkeit freier Entfaltung für alle Religionsgemeinschaften). Es revidierte auch die Stellung der katholischen Kirche zu anderen Religionsgemeinschaften, die sie nun erstmals als Kirchen bezeichnete. Im neuen Katechismus der katholischen Kirche wird aber weiterhin behauptet: „Außerhalb der Kirche kein Heil“ (siehe Absätze 846 - 848). Auch verwaltet die Kirche den sogenannten Kirchenschatz. Der Ablass wird gewährt durch die Kirche, indem diese dem reuigen Sünder den Schatz der Verdienste Christi und der Heiligen zuwendet (siehe Absatz 1478). Die Kirche hat nach heutiger Lehre die Schlüsselgewalt über das Himmelreich (Absatz 981). Und die Aufgabe, das Wort Gottes verbindlich auszulegen, wurde einzig dem Lehramt der Kirche, dem Papst und den in Gemeinschaft mit ihm stehenden Bischöfen anvertraut (Absatz 100). „Glauben“ ist ein kirchlicher Akt: „Niemand kann Gott zum Vater haben, der die Kirche nicht zur Mutter hat.“ (Absatz 181.)

Aber die katholische Kirche stellt einen Spezialfall dar, in dem die Dienste des Mittlers in Anspruch genommen werden müssen. Es gibt organisierte Religionen, bei denen sich jeder einzelne ohne Vermittlung um einen Platz im Himmel bemühen kann. Er „zahlt“ direkt, etwa durch Beten, Meditation oder gute Werke. Das entspräche der lutherischen Lösung eines Priestertums aller Gläubigen. Aber auch hier wird man der Gnade Gottes nur gewiß, wenn man getauft ist. Gleichwohl haben Priester hier eher eine assistierende als eine selektierende Funktion. Auch wird eine Autorität außerhalb der Bibel nicht anerkannt. Allerdings kommt das Problem - wenn auch in abgeschwächter Form - durch die Hintertür zurück, wenn es um die Autorität zur Auslegung der Bibel geht.

Die Agenten Gottes auf Erden, das sind im Kern die Funktionäre der Kirchen, waren zunächst einmal in der angenehmen Lage, selbst ihre Rolle zu definieren. Die Inhalte der Bibel mögen der Offenbarung entspringen, aber niedergeschrieben wurden sie - auch wenn der Heilige Geist, die Eingebung, die Hand geführt haben sollte - von Menschen. Die Führer der kirchlichen Organisationen - in Sonderheit

der hierarchisch organisierten - hatten darüber hinaus in den entscheidenden historischen Phasen das Interpretationsmonopol. Sie nutzten es, um den Reichtum der Organisation zu mehren.

Als Mittler zwischen Gott und den Menschen waren die Agenten nämlich nicht nur neutrale Zuteilungsinstanz von Plätzen im Himmel, sondern sie konnten auch die Höhe des Eintrittspreises in den Himmel sowie die Buße zur Sühne von Sünden, also religiösen Regelverstößen, festlegen. Damit waren sie im Rahmen der Theologie in der Lage, Art und Höhe der Einnahmen der Kirche zu bestimmen, auf die diese wie jede Firma zur Finanzierung ihrer Aufgaben angewiesen war. Die Einnahmen enthielten zugleich die Vermittlungsgebühr, worunter der Teil der sächlichen, persönlichen und monetären Zuwendungen an die Kirche zu verstehen ist, den die Mittler zu ihrem Lebensunterhalt brauchten. Der Rest wurde für gute Werke zur Ehre Gottes eingesetzt, z. B. in Form von Gottesdiensten, Kirchenbauten und der Unterstützung der Notdürftigen.

Wenn man bedenkt, daß das Verhältnis zwischen Gläubigen, Gott und der Kirche historisch als Vertragsverhältnis interpretiert wurde (man denke nur an die Konstruktion des Ablasszettels als „geistliches Wertpapier“), eröffnet sich die Möglichkeit einer aufschlußreichen Erklärung der Kirche im Lichte der ökonomischen Vertragstheorie. Diese ist im Kern eine Prinzipal-Agenten Theorie. Die Mittler, genauer die Funktionäre der Kirche, fungieren in dieser Sicht als Agenten, und zwar zweier Prinzipale: Gott einerseits und den Menschen andererseits.

Als Agenten Gottes überwachten sie das Verhalten der Gläubigen. Dabei hatten sie zwei Probleme zu lösen: Erstens mußten sie prüfen, ob vermeintlich Gläubige tatsächlich glaubten. Läßt man einmal beiseite, daß ein allwissender Gott nicht überlistet werden kann, so ist ein guter Indikator für den Glauben die Opferbereitschaft der Menschen, kurz: der Aufwand von Ressourcen. Auch ist das Heilsversprechen glaubwürdiger, wenn etwas dafür gefordert wird. Andererseits war ein erfolgreicher Test des Glaubens zwar notwendig, aber nicht hinreichend. Die Gläubigen mußten außerdem die Regeln der Religion beachten. Um Regelverstöße ahnden zu können, mußten sie erst einmal entdeckt werden. Im Rahmen der katholischen Kirche diente dazu etwa die Beichte.

Vertragstheoretisch existieren noch zwei weitere Glaubwürdigkeitsprobleme: Das Gottes ist durch den Glauben gelöst. Wie aber steht es mit der Glaubwürdigkeit

der Agenten? Nach der ökonomischen Vertragstheorie kann man Versprechen glaubwürdig machen, indem man spezifische Investitionen vornimmt. Spezifische Investitionen zeichnen sich dadurch aus, daß sie nur in der gewählten Verwendungsrichtung einen hohen Wert besitzen, während sie in anderen Verwendungsrichtungen nahezu wertlos sind. Da ein Investor diese Wertdifferenz in Form von sogenannten Quasirenten nur realisieren kann, wenn er sein Versprechen hält - man denke etwa an Investitionen in die Werbung -, wird er aus Eigeninteresse dazu geleitet, Versprechen einzuhalten. Kirchenbauten und gute Werke zur Ehre Gottes können als solche spezifischen Investitionen interpretiert werden und erfahren so eine ökonomische Legitimation.

Die Agenten Gottes als „rent-seeker“

In letzter Zeit haben insbesondere amerikanische Autoren das Verhalten der Kirche und ihrer Funktionäre in der jüngeren und älteren Vergangenheit unter dem Aspekt des rentensuchenden Verhaltens untersucht. Rentensuche („rent-seeking“) besteht darin, den Staat zu Regulierungen zu veranlassen, die dem Rentensucher ein höheres als das Markteinkommen sichern. In einer Zeit, in der die Kirche das Weisungsrecht gegenüber dem Staat beanspruchte, war diese in der „angenehmen“ Lage, die Renten selbst zu erzeugen. Dabei kam es zu teilweise dramatischen innerkirchlichen Kämpfen um die im Wege kirchlicher Regulierung erzeugten ökonomischen Renten.

So nutzte beispielsweise die römisch-katholische Kirche ihr faktisches Monopol auf dem Markt für Seelenheil bei der Interpretation des Begriffs „Wucher“ zur Erhöhung ihres Einkommens. Sofern die Kirche als Verleiher auftrat, verlangte sie Zinsen. Trat sie als Schuldner auf, wandte sie das Wucherverbot an, um die Kosten der Kreditaufnahme zu senken. Dieser Politik wurde nicht selten mit der Drohung des Einsatzes kircheninterner Sanktionsmittel Nachdruck verliehen. Die Exkommunikation machte die Betroffenen ökonomisch vogelfrei.

Auch hinter der Abschaffung jahrhundertealter kirchlicher Vorschriften kann man eine ökonomische Ratio entdecken. *Bell* hatte in einem 1968 veröffentlichten Artikel mit dem Titel „The Pope and the Price of the Fish“ einen Rückgang des Fischpreises in den Neuenglandstaaten auf die 1966 durch die römisch-

katholische Kirche erfolgte Aufhebung des Gebots der Abstinenz vom Fleischgenuß an allen Freitagen des Jahres zurückgeführt. Im Bemühen die ökonomische Ratio der Entscheidung zu entdecken, stellen *Ault*, *Ekelund* und *Tollison* in den der Entscheidung vorausgehenden Jahren eine verstärkte Ernennung von Kardinälen aus Ländern fest, in denen die Fleischproduzenten großes ökonomisches Gewicht haben (z. B. Uruguay, Irland). Diese Veränderungen innerhalb der den Papst umgebenden Institutionen lassen aus Sicht der ökonomischen Theorie eine stärkere Berücksichtigung der Interessen der Fleischproduzenten erwarten. Mit der Aufhebung des Abstinenzgebots wird nicht nur ein Rückgang der Nachfrage nach Fisch, sondern auch eine verstärkte Nachfrage nach Fleisch erzeugt und damit ein höheres Einkommen der Fleischproduzenten. Sollte die Kirche an dieser Einkommenssteigerung partizipieren, dann erscheint die Aufhebung des Abstinenzgebots durchaus als Rationalverhalten einer Institution, die um ihre eigene Wohlfahrt bedacht ist. Interessant an dem Abstinenzgebot ist im übrigen, daß es für Spanien schon seit Jahrhunderten aufgehoben war.

Die katholische Kirche ist nicht nur das älteste erfolgreiche Unternehmen der Weltgeschichte, sondern zugleich auch das erste Franchiseunternehmen. Die Kirche als Monopolanbieter des Gutes Seelenheil vergab Verwertungsrechte an lokale Anbieter gegen eine fixe Franchisegebühr (Eintrittsgebühr) und laufende jährliche Zahlungen („Zehnt“). Da es sich beim Seelenheil um ein Glaubensgut („credence good“) handelt, dessen Qualität sowohl vor dem Kauf als auch nach dem Kauf unsicher ist, wurde die Qualität durch die Kirche in Form der Gewährleistung der Reinheit ihrer Lehren und der Kontrolle der Ausbildung garantiert. Der Name der katholischen Kirche und ihre Symbole standen für einen Markenartikel.

Die Lizenznehmer erhielten exklusive Territorien, was bekanntlich mit der Gefahr verbunden war, daß diese den Output reduzieren und ihre Renten zu Lasten der Renten des Franchisegebers erhöhen. Um die Verringerung des Outputs und die Verschlechterung der Qualität der Leistungen der Lizenznehmer zu verhindern, legte die katholische Kirche Höchstpreise und Mindestpreise für die Leistungen fest. So wie wir das von modernen Franchisesystemen kennen, bei denen Handbücher für den Dienstgebrauch die täglichen Operationen detailliert regeln, so sorgten Glaubenshandbücher der Kirche, sowie päpstlich autorisierte

Bußhandbücher, in denen die Mindest- und Höchststrafen für Sünden aufgelistet waren, für ein einheitliches Erscheinungsbild und hohe Qualität des Produktes. Daß die Franchisenehmer nicht nur an die Rettung der Seelen dachten, sondern auch an ihren Gewinn, zeigt sich darin, daß sie Konkurrenten in ihrem Territorium nicht duldeten und ihre Aktivitäten in Geschäftsbereiche ausdehnten (etwa Handel mit Grundstücken), die im engeren Sinne nichts mit der Rettung von Seelen zu tun hatten.

Renten machen sinnlich, und so kam es zu einem kircheninternen Verteilungskampf. Typischerweise zahlten Klöster die laufende Lizenzgebühr an den Bischof, der diese bei seinen jährlichen Besuchen kassierte und dabei zugleich das Verhalten der Lizenznehmer kontrollierte. Die jährlichen Besuche waren relativ teure Angelegenheiten. Deshalb versuchten viele potentielle Lizenznehmer, etwa Äbte, an den Bischöfen vorbei die Lizenz direkt vom Papst gegen eine Pauschalgebühr zu erwerben. Es war nicht unüblich, daß englische Äbte rund 40.000 Pfund nach heutiger Rechnung zahlten.

Wir kennen alle den Werbespruch: Wenn das Geld im Kasten klingt, die Seele aus dem Fegefeuer springt. Unter dem Gesichtspunkt des „Rent-seeking“ findet auch die Idee des Fegefeuers eine neue Einschätzung.

Es ist ein historisches Faktum, daß die Blüte der Idee des Fegefeuers etwa zeitgleich erfolgte mit dem Aufkommen einer neuen Art von Orden, der aus Wanderpredigern bestehenden Bettelorden. Während das Fegefeuer eine Innovation im religiösen Programm der katholischen Kirche darstellte, liegt mit der Lizenzierung der Bettelorden eine organisatorische Innovation vor. In einer vor kurzem fertiggestellten wissenschaftlichen Arbeit mit dem Titel „Fegefeuer und Bettelorden: Päpstliches Marketing im 13. Jahrhundert“ wird der Vermutung nachgegangen, daß die historisch beobachtbare Gleichzeitigkeit von programmatischer und organisatorischer Innovation nicht zufällig war, sondern einer ökonomischen Ratio entsprang.

Die katholische Kirche wird wiederum als Franchiseunternehmen interpretiert - mit dem Papst als Franchisegeber und den Bischöfen und der lokalen Geistlichkeit als Franchisenehmer. Angeboten wird gegen Buße und später gegen Kauf von Ablasszetteln eine Versicherung gegen die im Fegefeuer zu erleidende Pein. In der Tat wurde in der Vergangenheit die katholische Kirche als Assekuranzverein bezeichnet.

Die Arbeit zeigt einmal, wie durch Unterstützung der Visionäre, die über den Aufenthalt im Fegefeuer berichteten, die Nachfrage nach Versicherung erhöht wurde. Und sie zeigt ferner, daß der Papst im innerkirchlichen Kampf um die Renten mit der Abweichung von dem ansonsten praktizierten Franchisesystem exklusiver Territorien (Parochialsystem mit Pfarrzwang) seine Rente maximieren konnte. Dazu benötigte er die vorher verpönten Bettelorden, um eine Kartellbildung der lokalen Geistlichkeit zu seinen Lasten zu verhindern. Der historisch wohl belegte Widerstand der Bischöfe und der lokalen Geistlichkeit gegen das neue System zeigt anschaulich, daß die Verhaltenshypothese der Ökonomen nicht allzu weit von der Wirklichkeit entfernt ist.

Die rauhbeinigen Methoden des „rent-seeking“ früherer Zeiten wären der heutigen Gesellschaft nicht zumutbar. Mit Beendigung des Kulturkampfes und der Trennung von Staat und Kirche in Deutschland benötigt man den Staat zur Schaffung von Renten. Die Methoden sind auch subtiler und deshalb schwerer durchschaubar geworden. In der Bundesrepublik Deutschland besteht auf der Grundlage des Grundgesetzes eine „balancierte“ oder „hinkende“ Trennung von Staat und Kirche mit ihren für ein partnerschaftliches Verhältnis typischen gegenseitigen Bindungen. Es wäre interessant, einmal zu untersuchen, inwieweit die Erhebung von Mitgliedsbeiträgen in der Form einer Steuer, die Hilfe bei der Erzielung der Kirchensteuer, die Ausstattung der Kirchen mit Körperschaftsrechten auch zur Erzeugung ökonomischer Renten führt.

Zieht man die ökonomische Theorie der Firma zu Rate, dann erhält man nicht nur Antworten auf die Frage, warum es Kirchen gibt, sondern auch, warum sie als „Non-profit“ Organisation auftreten, hierarchisch organisiert sind, einen bestimmten Produktmix aufweisen und sich von steuerähnlichen Beiträgen finanzieren.

Wer die Sinnfrage stellt, sucht Interpretationen und „Theorien“. Man kann sich diese im Do-it-yourself Verfahren besorgen, aber das mag zu widersprüchlichen, unvollständigen oder gar „falschen“ Deutungen führen. Meinungsaustausch mit anderen Laien verringert diese Gefahren und erhöht die Vergewisserung. Die beste Weltdeutung wird man jedoch von Spezialisten erwarten können, die die Produktivitätssteigerungen des „learning-by-doing“ nutzen können. So folgt die Differenzierung in Laien und Priester den ökonomischen Gesetzmäßigkeiten der Arbeitsteilung.

Aber warum beobachten wir Allzweckpriester und keine religiösen Spezialisten für Geburt, Ehe, Tod - in Analogie etwa zum Recht, in dem es Scheidungsanwälte, Wirtschaftsanwälte und Strafanwälte gibt, die sich zudem zu Partnerschaften zusammengeschlossen haben? Es gibt zahlreiche ökonomische Gründe für die Effizienz von Allzweckpriestern: Ein erfolgreiches Weltdeutungsprogramm könnte zwar von einer Partnerschaft von Priestern, die sich spezialisieren und koordiniert arbeiten, angeboten werden; wenn jedoch Verbundvorteile („economies of scope“) vorliegen, ist es ökonomisch effizient, ein Leistungsbündel durch einen Priester anbieten zu lassen. Solche Verbundvorteile könnten darauf beruhen, daß Informationen nur einmal erworben und nicht mit Informationsverlusten an andere weitergeleitet werden müssen. „Economies of scope“ können aber auch aufgrund von Reputationseffekten entstehen. Bei Religion handelt es sich nämlich um ein Vertrauensgut: Seine Qualität kann weder vor dem Kauf noch nach dem Kauf eindeutig beurteilt werden. Es kommt für den Kunden deshalb maßgeblich auf die Vertrauenswürdigkeit des Priesters an. Durch Bündeln von Leistungen kann ein Priester Vertrauenswürdigkeit, die er in einem Bereich erworben hat, in dem sein Handeln beobachtbar und kontrollierbar war, auf Bereiche übertragen, in denen der Laie schlicht glauben muß.

Die Glaubwürdigkeit eines religiösen Programms läßt sich schließlich noch weiter erhöhen, wenn Priester im Rahmen einer Institution tätig werden, die an ihrem dauerhaften Bestand interessiert ist: die Kirche. Diese Institution wird durch Spezialisten ihre Doktrin verfeinern lassen und durch geeignete Ausbildung und Kontrolle der Priester nicht nur für die Reinheit der Lehre sorgen, sondern auch für eine dieser Lehre angepaßte Lebensform der Priester. Die ökonomische Ratio der Kirche entspricht dann der eines „Franchise“-Systems.

Für die Inanspruchnahme kirchlicher Leistungen muß etwas gezahlt werden. Anders als bei Ärzten, Rechtsanwälten, Therapeuten wird jedoch nicht für jede Leistung einzeln bezahlt - obwohl das technisch machbar wäre -, sondern man zahlt wie im Sportverein einen Mitgliedsbeitrag. Ökonomisch gesehen kann die Wahl dieses Verfahrens einmal damit erklärt werden, daß die Vertrauenswürdigkeit leiden würde, wenn überall Registrierkassen klingelten und ständig ein „quid pro quo“ praktiziert würde. Andererseits sagt uns aber die ökonomische Theorie auch, daß dieses Verfahren im Vergleich zur „Bepreisung“

von allen Einzelleistungen mehr Einnahmen erwarten läßt. Es führt nämlich dazu, daß die Mitglieder der Kirche das zahlen, was sie maximal zu zahlen bereit wären. Im ökonomischen Jargon heißt dies, daß die Konsumentenrente abgeschöpft wird. Wer lediglich an der Erbringung einer einzigen religiösen Leistung interessiert wäre, muß gleichwohl über den Beitrag das gesamte Bündel von Leistungen mitfinanzieren. Selbstverständlich mögen auch Transaktionskostensparnisse für dieses Beitragsverfahren sprechen.

Religion als Quasi-Rechtsordnung

Religiöse Organisationen bieten nicht nur Heil und Erlösung an, sondern auch andere Dienstleistungen. So haben religiöse Gemeinschaften im Laufe der Geschichte Bildung vermittelt, Transaktionen gesichert, Einkommen umverteilt, Armen geholfen, Recht gesprochen etc. Vor allem aber haben sie Verhaltensvorschriften für das tägliche Leben und den Umgang der Menschen miteinander aufgestellt, die deren Wohlfahrt steigerten und den Zulauf zur jeweiligen Religion erhöhten. So wird etwa die Erkrankung an Trichinose durch religiöse Vorschriften verhindert, die den Genuß von Schweinefleisch verbieten. Das für den gläubigen Hindu geltende Verbot des Schlachtens von Kühen auch in Notzeiten, diente nicht nur dem Fortbestand der Rinder und damit der dauerhaften Erfüllung von lebenswichtigen Funktionen in der Gegenwart - ihr Dung wird als Brennmaterial genutzt, Ochsen sind nützlich als Lasttiere, etc. -, sondern sicherte auch - um den Preis des Verhungerns eines Teils der laufenden Generation - die Lebensgrundlage künftiger Generationen.

Religion wurde einmal als Opium für das Volk bezeichnet. Religiöse Aktivitäten, das Sichversetzen in einen Zustand letzten Ergriffenseins, gewinnen in diesem Zusammenhang den Charakter von Hokusfokus, und der Ökonom würde von unmittelbar unproduktiven Tätigkeiten sprechen, also von Aktivitäten, die zu keiner Wertschöpfung führen.

Die moderne Ökonomie stellt nun einen analytischen Apparat zur Analyse von Religion und Religionsgemeinschaften zur Verfügung, der zu anderslautenden Urteilen führen kann. Im Lichte der Neuen Institutionenökonomik könnte man nämlich auch argumentieren, daß Religion und Kirche das Sozialprodukt steigern,

indem sie durch Setzung und Überwachung von Verhaltensregeln (Standards) die Transaktionskosten senken.

Von der ökonomischen Qualität dieser Verhaltensregeln hängt der Zulauf zu den Religionen ab. So zeigen anthropologische Studien, daß die Verbreitung des Islam in Afrika den Fernhandelsrouten folgte. Es gibt eine strenge Korrelation zwischen der Intensität des Fernhandels und der Zahl der Konvertiten. Warum? Die ökonomische Antwort lautet: Die Religion reduzierte Transaktionskosten. Der Islam brachte eine gemeinsame Handelssprache (arabisch), ein Geldsystem, ein Buchhaltungssystem, ein Kreditsystem und einen gesetzlichen Standard zur Handhabung von Vertragsstreitigkeiten. Indem er ein Recht anbot, das Individuen verschiedener ethnischer Gruppen band, half er darüber hinaus die Größe des potentiellen Handelssystems zu steigern.

Islam war ein Verfahren, Outsider zu Insidern zu machen. Man kann ihn deshalb auch als religiösen Club interpretieren. Wer Clubmitglied ist, kann am Informationsnetzwerk des Clubs partizipieren. Der drohende Ausschluß aus der Gruppe der Clubmitglieder bei Verstößen gegen den Verhaltenskodex verstärkt außerdem die Sanktionskraft der mit einem Vertragsbruch verbundenen sonstigen Strafen und erhöht die Transaktionssicherheit. Beides trägt dazu bei, daß die Intensität der wirtschaftlichen Beziehungen zwischen Clubmitgliedern größer ist als die mit Outsidern. Ähnliches gilt im übrigen für die Handelsnetze der Juden im Mittelalter und dem Städtebund der Hanse.

Man muß in diesem Zusammenhang auch den großen Beitrag zur Entwicklung der Zivilisation und der Privatrechtsgesellschaft erwähnen, der der christlichen Religion zu verdanken ist. Dabei sollte allerdings nicht vergessen werden, daß Universalreligionen mit Absolutheitsanspruch bei ihrer Ausbreitung nicht immer zimperlich vorgegangen sind. Häufig wurde nach dem Motto „Gott will es“ solange gekämpft, bis die Andersgläubigen tot oder konvertiert waren. Wenn man an die zehn Gebote denkt, dann enthalten sie die Prinzipien, auf der Zivilisation und Privatrechtsgesellschaft aufbauen. Im wesentlichen sind das Schutz des Eigentums, Wahrhaftigkeit und Erfüllung von Leistungsversprechen. In einer Zeit, als es noch keinen funktionsfähigen Staat mit entwickeltem Justizsystem gab, stellten Religionen und Kirche so etwas wie eine Rechtsordnung zur Verfügung. Mit der Idee eines allmächtigen und allwissenden Gottes in Verbindung mit der Vorstellung eines Lebens nach dem Tod und der

Differenzierung der Aufenthaltsorte in Himmel, Fegefeuer und Hölle wurde zudem ein Sanktionsmechanismus installiert, der kostengünstiger gearbeitet haben mag als ein staatlich organisierter. Man hat diese geistliche Sanktionstechnik deshalb einmal als „low-cost innovation of heaven and hell“ bezeichnet. Sie wirkt auch heute noch: Empirische Untersuchungen der amerikanischen Verhältnisse zeigen, daß eine inverse Beziehung zwischen Kirchenmitgliedschaft und Kriminalität existiert.

Die behaupteten spezifischen Vorteile eines religiösen Clubs bezüglich der Transaktionskostensenkung hängen offensichtlich davon ab, wie stark die Menschen dessen Programm leben, also an die Allmacht und Allwissenheit Gottes glauben oder daran, daß der diesseitige Lebenswandel die Qualität jenseitigen Lebens bestimmt. Das Glaubensbekenntnis enthält solche Aussagen. Befragungen ergaben, daß rund die Hälfte der Katholiken und etwas mehr als ein Viertel der Protestanten an ein Leben nach dem Tod und die Auferstehung der Toten glauben. Rund zwei Drittel der Katholiken und die Hälfte der Protestanten versehen Gott mit der Eigenschaft der Allmacht. Immerhin 43 Prozent der Katholiken und 26 Prozent der Protestanten glauben an ein Jüngstes Gericht.

Wettbewerb als Aufgabe

Wie sieht eine Ordnung des religiösen Marktes aus, die ein Angebot an Heilsbotschaften gewährleistet, das den differenzierten Glaubensbedürfnissen der Menschen Rechnung trägt und diese Bedürfnisse darüber hinaus mit minimalen Kosten befriedigt? Wie ist die Struktur des religiösen Marktes in Deutschland ordnungspolitisch zu beurteilen?

Es fällt auf, daß zwar alle christlichen Kirchen dasselbe Gut produzieren, nämlich Zugang zu demselben Himmel, daß sie aber gleichwohl unterschiedliche Zugangsbedingungen zu diesem Gut setzen. Man vergleiche nur die Aussagen des neuen Katechismus der katholischen Kirche mit denen des protestantischen Katechismus. Es handelt sich um eine Art von Produktdifferenzierung, die einer ökonomischen Erklärung zugänglich erscheint: Religionsgründer haben versucht, in Konkurrenz zu etablierten Religionen „Marktnischen“ zu besetzen.

Wenn Religionsgemeinschaften als religiöse Firmen oder Clubs in einem religiösen Markt agieren, dann darf man vermuten, daß die ökonomischen Lehren bezüglich Marktstruktur, Marktverhalten und Marktergebnisse hier ebenfalls anwendbar sind. Bereits Adam Smith, der Gründer der modernen Nationalökonomie, sah die Dinge so. Er argumentierte in seinem Buch „Wohlstand der Nationen“, daß die etablierten monopolistischen Religionen von den gleichen Anreizproblemen geplagt seien wie staatlich unterstützte Monopole. Und er empfahl religiösen „Laissez-faire“ als besten Weg zur Befriedigung der Nachfrage nach religiösen Botschaften, zur Reduzierung religiöser Konflikte und zur Förderung einer reinen und „rationalen“ Religion. David Hume befürchtete dagegen eher ruinöse Konkurrenz: Priester könnten im Wettbewerb versuchen, ihre Anhängerschaft sowohl durch Senkung der religiösen Standards als auch durch Denunzierung ihrer religiösen Konkurrenten zu erhöhen. Er empfahl, zur Zügelung des religiösen Fanatismus, den Priestern von Staats wegen ein festes Gehalt zu zahlen.

Nicht nur die Theorie, sondern auch eine Fülle von empirischen Studien belegen, daß Wettbewerb religiöse Aktivitäten stimuliert und Monopol sie dämpft. Untersuchungen auf der Grundlage von Daten aus 18 westlichen Ländern zeigen, daß Kirchenbesuch, der Glaube an Gott und die empfundene Bedeutung der Religion in Ländern mit zahlreichen wettbewerblichen Kirchen größer sind als in Ländern mit einer dominierenden protestantischen Kirche. Die Ergebnisse ökonomischer Studien stehen damit im Gegensatz zu einer weithin akzeptierten soziologischen Behauptung, daß religiöser Pluralismus Religiosität unterminiere und säkulares Denken fördere. Gewiß, Wettbewerb einzelner Priester mag zu den Auswüchsen ruinöser Konkurrenz führen. Aber die ökonomischen Einsichten sprechen dafür, daß es zu Organisationen mit vertikalen Bindungen des Verhaltens der Priester kommt.

Wettbewerb bietet im religiösen Markt die gleichen Vorteile wie in anderen Märkten. Er offeriert Produkte, die den differenzierten religiösen Bedürfnissen weitestgehend entsprechen. Er stimuliert Innovationen und zwingt Organisationen dazu, die Bedürfnisse ihrer Mitglieder als Leitlinie ihres Handelns zu setzen sowie die Ressourcen effizient zu nutzen. Religiöse Monopole dagegen tendieren zu weniger Produktvielfalt, zu weniger Innovation, zu Ineffizienz und zu einer Verselbständigung der Funktionäre.

Die Marktstruktur im religiösen Markt Deutschlands ist durch ein marktbeherrschendes Duopol gekennzeichnet, um das herum sich eine Fülle kleiner Anbieter - von den Marktbeherrschern Sekten genannt - angesiedelt haben. Ist diese Marktstruktur effizient? Eine Antwort würde eine Anmaßung von Wissen voraussetzen. Wir müssen deshalb auf Wettbewerb als Entdeckungsverfahren vertrauen. Dieser Wettbewerb kann allerdings nur funktionieren, wenn die Freiheit zu Wettbewerb nicht beschränkt ist. Wäre dies gewährleistet, dann könnte die Marktstruktur in Deutschland mit Verbundvorteilen der Großkirchen etwa bei religiösen, karitativen und sozialpolitischen Leistungen erklärt werden. Tatsächlich wird man allerdings eher von massiven Wettbewerbsbeschränkungen ausgehen müssen, die aus der „balancierten“ oder „hinkenden“ Trennung von Staat und Kirche mit ihren für ein partnerschaftliches Verhältnis typischen gegenseitigen Bindungen resultieren. Der bundesrepublikanische Staat befließt sich nicht einer Neutralität in religiösen Angelegenheiten, wie sie Tocqueville etwa für die Vereinigten Staaten von Amerika als typisch erkannt hat. Möglicherweise liegt hier der Grund dafür, daß die Vielfalt im religiösen Markt Deutschlands geringer ist als in Amerika. Die Beziehungen zwischen Staat und Kirche sind in Deutschland durch Verträge geregelt, etwa die Konkordate. Diese geben den Kirchen gegenüber „normalen“ religiösen Gesellschaften eine privilegierte Stellung. Die Bestimmungen der Verträge wären im einzelnen daraufhin zu untersuchen, ob sie die Freiheit des Wettbewerbs einschränken oder unfaire Wettbewerbsbedingungen erzeugen. Das Grundgesetz regelt in Art. 140, daß Religionsgesellschaften die Rechtsfähigkeit nach den allgemeinen Vorschriften des bürgerlichen Rechts erwerben. Insofern sie ausschließlich und unmittelbar gemeinnützige Zwecke verfolgen, gewährt die Abgabenordnung Steuerbegünstigungen (§ 51, 52 AO). Es fällt auf, daß die Abgabenordnung zwischen gemeinnützigen (§ 52) und kirchlichen Zwecken (§ 54) unterscheidet. Kirchliche Zwecke werden verfolgt, wenn es sich um eine Religionsgemeinschaft handelt, die Körperschaft des öffentlichen Rechts ist. Das sind bisher nur die beiden großen Kirchen und möglicherweise die Zeugen Jehovas, die gegen harte Widerstände kürzlich diesen Status von einem Berliner Gericht zugesprochen bekamen. Körperschaft des öffentlichen Rechts zu sein bringt zahlreiche Privilegien: das Mitgliedschaftsverhältnis ist öffentlich rechtlicher und nicht privatrechtlicher Natur; der Austritt wird zu einem Staatsakt;

das Recht, Religionsunterricht in der Schule zu erteilen, erleichtert die Mitgliederwerbung. Auch dürften Unterorganisationen der Kirchen, die etwa im Sozialbereich tätig sind, die Gemeinnützigkeit leichter zugesprochen erhalten als deren nicht-kirchliche Konkurrenten. Das bedeutsamste Privileg jedoch dürfte die Erhebung der Beiträge in Form eines Abzugsverfahrens bei der Lohnsteuer sein. Beitragsverzug oder Beitragsverweigerung gibt es bei Lohnsteuerzahlern nicht. Der Staat offeriert auch „sonstige Hilfeleistungen“ bei der Einziehung der Kirchensteuer. Die Beiträge an die Entwicklung der Lohnsteuer zu koppeln, ist darüber hinaus eine Indexierung, die zu einer geräuschlosen Beitragserhöhung führt. Eine Rechtfertigung vor den Gemeinden findet nicht statt. Sollen Wettbewerbsverzerrungen vermieden werden, sollten entweder alle gemeinnützigen Religionsgemeinschaften die Dienste des Staates gegen Erstattung der Kosten in Anspruch nehmen können oder keine.

Zwar finden wir in der Präambel des Grundgesetzes eine Berufung auf Gott, aber diese religiöse Bindung als solche impliziert nicht zwingend eine Privilegierung von bestimmten Religionsgemeinschaften. Allenfalls kann man daraus die Aufforderung ableiten, die religiöse Grundversorgung der Bevölkerung durch Setzung und Überwachung einer Rahmenordnung auf effiziente Weise sicherzustellen.

Mit der Erziehung zu Sitte, Anstand und der Befolgung der 10 Gebote leisten die Kirchen zweifellos einen Beitrag zum Aufbau des moralischen Kapitalstocks der Gesellschaft und zur Entlastung des Justizwesens. Ökonomen nennen dies eine positive Externalität. Transferzahlungen der Nutznießer an den Produzenten sind das allgemein empfohlene Mittel zur Abgeltung. Zu fragen wäre deshalb, inwieweit die staatliche Unterstützung der Kirchen als eine Abgeltung der positiven Externalität anzusehen ist. Aber auch hier wäre zu untersuchen, ob und inwieweit andere religiöse Gemeinschaften ebenfalls eine positive Externalität erzeugen.

Wettbewerbspolitisch bedenklich ist es auch, wenn der Austritt aus einer der Amtskirchen zu einem Staatsakt wird. Austrittsschranken beschränken nicht nur den Wettbewerb, sondern mindern auch die Leistungsanreize für die Kirche. Die Großkirchen in Deutschland sollten sich außerdem überlegen, ob sie mit der Körperschaft des öffentlichen Rechts eine effiziente Rechtsform gefunden haben. Diese Form schafft Privilegien, engt aber möglicherweise auch die Aktionsfreiheit

ein. Man denke nur an das öffentliche Dienstrecht, dem das Personal untersteht. Freiheit zu Wettbewerb sollte von den etablierten Kirchen nicht nur als Gefahr empfunden, sondern als Chance begriffen werden, Organisationsstrukturen zu reformieren und den Wettbewerbern mit der Entwicklung neuer Unternehmenskonzepte Paroli zu bieten.

Ein wichtiger Punkt betrifft die Behandlung von abweichenden religiösen Gruppen, die oftmals als Gefahr für die individuelle und gesellschaftliche Wohlfahrt bezeichnet werden. Diese Gruppen, obwohl klein an Mitgliederzahl, stehen häufig im Mittelpunkt der Medien, der öffentlichen und gesetzgeberischen Debatte. Die dabei immer wieder diskutierte Frage lautet, ob Mitgliedschaft in solchen Gruppen Ausdruck grundgesetzlich geschützter religiöser Freiheit ist oder eine Form der Selbstversklavung darstellt, die zu Gehirnwäsche und Ausbeutung führt. Die Sektenbeauftragten der Kirchen bejahen letzteres und versuchen, ihre Konkurrenten mit dem Vorwurf des Fundamentalismus ins religiöse Abseits zu schieben. Dabei wird nicht immer ganz klar, ob hier aus der Not eine Tugend gemacht wird. Der Vorwurf des Fundamentalismus ist nämlich eine zweischneidige Angelegenheit. Schließlich ist der christliche Gott ein fordernder Gott. Fordert die Nachfolge Jesu nicht den ganzen Menschen? Jeder Glaube macht abhängig. Und je stärker der Glaube ist, desto stärker ist auch die Abhängigkeit. Vergessen werden sollte auch nicht, daß der Abfall vom Glauben als Sünde par excellence galt und dafür in manchen Religionen die Todesstrafe vorgesehen war und ist.

Ist die Mitgliedschaft in Sekten irrational?

Die Mitgliedschaft in Sekten ist mit hohen Kosten verbunden. Man muß sich strikten Verhaltensregeln bezüglich des Konsums von Gütern oder des Umgangs mit Nicht-Sektenmitgliedern unterwerfen. Sektenmitgliedschaft bedeutet häufig Verzicht auf Annehmlichkeiten aller Art. Man muß hohe Eintrittsgelder zahlen, entweder in Form der Aufgabe von Vermögen, des Verzichts auf Einkommensquellen oder des Verzichts auf säkuläre Lebensformen.

Es gibt weniger kostspielige Heilsangebote im religiösen Markt, etwa die der Großkirchen. Wieso können dann die kostspieligen Angebotsformen im Wettbewerb überleben?

Eine Antwort verweist auf Zwang, Täuschung, religiöse Psychopathologie und andere als irrational bezeichnete Motive. In den Vereinigten Staaten

vorgenommene empirische Studien lassen Zweifel an diesen Erklärungshypothesen zu.

Die ökonomische Analyse der Religion geht anders vor: Sie versucht, die Rationalität dieses scheinbar irrationalen Verhaltens aufzuzeigen. Mit Kosten verbundene Anforderungen an die Mitgliedschaft stärkt die Attraktivität von Sekten dadurch, daß man in einer Sekte nur auf Leute trifft, die ein hohes religiöses Engagement aufweisen. Der individuelle Nutzen aus religiösen Aktivitäten steigt, wenn man sie gemeinsam mit Gleichgesinnten vornimmt. Trittbrettfahrer scheuen die Kosten und treten gar nicht erst in eine Sekte ein. Die hohen Eintrittskosten stellen zugleich Austrittsbarrieren dar. Man entwertet die mit dem Eintritt vorgenommene kostspielige Investition, wenn man die Sekte wieder verläßt.

Die hier vorgestellten Ideen dürfen nicht mißverstanden werden: Sie sind kein Plädoyer für ein „Laissez-faire“ im religiösen Markt. Selbstverständlich haben Sekten und Kirchen die Regeln unserer Rechtsordnung zu beachten. Aber Kontrolle durch Recht darf nicht zur staatlichen Weltanschauungskontrolle entarten. Und man sollte nicht völlig aus den Augen verlieren, daß im religiösen Markt wie überall in Märkten die Behinderung von Konkurrenten von Vorteil für etablierte Firmen sein kann. Man muß „Sekten“ nicht verbieten, es genügt, sie regierungsamtlich zu ächten - mit der Folge, daß sie die Gemeinnützigkeit verlieren und der Zugang der Mitglieder zum öffentlichen Dienst erschwert wird. Einen im pluralistischen Staat wertneutralen Begriff zu einem Kampfbegriff (Martin Kriele) umzuprägen, kann ein Verfahren sein, in moderner Zeit ökonomische Renten zu ziehen. Was die Diskussion in Deutschland anlangt, wird vielfach übersehen, daß Kirche weder ein grundgesetzlich noch sonstwie geschütztes Markenzeichen darstellt. Das Grundgesetz spricht nur von Religionsgesellschaften.

Im Jahre 1994 flossen über 16 Milliarden Mark über die Kirchensteuer an die beiden marktbeherrschenden Kirchen. Damit ließen wir uns den Betrieb der Kirchen mehr kosten als das Justizwesen: 200 Mark pro Kopf für die Kirchen gegen 130 Mark pro Kopf für die Justiz. Das sind keine „peanuts“. Es erscheint an der Zeit, auch den religiösen Sektor kritisch-ökonomisch unter die Lupe zu nehmen. Den Vorwurf, daß wir uns damit eine Amerikanisierung des Glaubens

einhandeln, also eine „Verkürzung“ auf ein bißchen „Happiness“, beruht auf einer Anmaßung und sollte ertragen werden: Um was sonst geht es beim Seelenheil?